

中国供销合作社
CHINA CO-OP

牢记嘱托再出发

奋力开创新局面

强基固本 开放合作 分正创新

——喜迎四川省供销社“八代会”·五年成就巡礼(九)

产供销一体织密富民网
县乡村联动畅通振兴路

——遂宁市供销社着力构建现代农产品流通示范体系

□本报记者 刘辉文 / 图

曾经,农产品“出山难”、流通成本高、产销信息不对称,是制约四川省遂宁市农业增效、农民增收的突出瓶颈。为破解这一系列堵点痛点,遂宁市供销社坚守为农服务宗旨,以平台建设、业态创新、设施夯实为三大抓手,全力打通“农产品上行、消费品下行”双向通道。如今,一套贯通生产、供应、销售,覆盖县、乡、村三级的现代农产品流通体系正加速成形,为乡村产业振兴持续注入强劲的“供销动能”。

龙头带动全链协同
订单直供降本增效

遂宁市供销社依托社有企业打造产供销一体化综合服务平台,精简流通环节、提升经营实效。做强市属禾之春农产品供销有限公司,指导船山区组建天农联合供销有限公司,两大龙头企业统筹基地、配送、市场资源,形成完整的运营闭环。前端依托“公司+基层社+合作社+基地+农户”模式,建成标准化种植基地超万亩,带动2000余户农户,从源头把控农产品品质;中端推行订单农业,对接机

关、学校、商超等稳定采购需求,形成短链直供模式,大幅压缩市场风险与货物损耗;后端线上线下同步拓销,布局实体专柜、社区配送、电商深加工等多元销售渠道。

多元业态跨界融合
农货出山路子更广

立足本地农业特色,遂宁市供销社创新多元流通模式,线上线下双向发力拓宽农产品销路。推进“供销+文旅”融合,盘活基层闲置网点,依托海龙村、射洪3536“三线城”景区等打造“供销合作社传统教育基地”及特色展销平台4处。截至目前,累计举办供销主题展销活动20余场,展出本土农货280余种,吸引游客40万人次,拉动消费1.58亿元。创新“供销+乡厨”服务模式,牵头组建遂宁乡厨供销

公司,统筹本地食材一站式配送,确保乡村宴席食品安全,同步为农产品开辟稳定的内需渠道,解决农户零散售卖难题。加快数字供销建设,建成28个村级电商服务站,培育2家本土供销电商,服务覆盖全市85%以上乡镇。通过线上商城、短视频和直播带货等方式,开展助农直播200余场,发布短视频280余条,让遂宁农特产品走出四川、走向全国。

织密三级网络节点
基建托底顺畅流通

遂宁市供销社持续完善流通基础设施,筑牢县乡村全域供销硬

件支撑。升级2处县级农产品展销中心,改造提升198个镇村综合服务网点,联合连锁品牌开设供销超市,基层服务标准化水平持续提升。全力补齐冷链物流短板,有序推进射洪、瑞洪智慧冷链项目,加快安居、蓬溪冷链基地前期筹备,推进遂宁智慧冷链产业园三期建设,完善全城冷链仓储布局,减少生鲜损耗,实现农产品错峰长效销售。搭建县域、乡镇、村级三级共配物流网络,深化交商邮供资源整合,建成302个综合物流网点。推行统仓共配,优化配送路线,双向畅通农产品上行、日用消费品下乡,激活城乡流通末梢。

下一步,遂宁市供销社将坚守“为农、务农、姓农”初心,持续完善贯通产供销、联通县乡村的流通网络,擦亮供销为农服务底色,为全市乡村全面振兴贡献更大供销力量。

“共享仓+直播”双线赋能 拓宽百香果出山路
贵州省从江县供销社打通百香果产销对接全新渠道

□本报记者 王建武

近日,贵州省从江县供销社农产品共享仓内直播带货火热开展,多场百香果线上专场直播推介当地黄金百香果,仓内同步进行鲜果分拣、打包、发货,打通百香果产销对接全新渠道。

从江黄金百香果依托山地林间得天独厚的种植环境,光照充沛、果香浓郁,是从江县核心特色优势果品。入夏以来,受鲜果集中成熟上市影响,不少种植农户面临外销渠道有限、线下销路不畅等难题。从江县供销社迅速行动,第一时间启动农

特产品助销应急机制,推出“线下产地收储、共享仓集中分拣打包、新媒体直播间专场带货”三项帮扶举措。该社组织干部职工深入田间地头对接种植农户,保价收购、兜底销货,保证货源与质量,助力本土百香果走出深山。同时,及时将闲置仓库改建成从江供销社农产品共享仓,构建“产地共享仓+线上直播推广”一体化销售体系,提前完善仓储、分拣、包装、物流全链条配套设施,线上线下同步发力,全方位拓宽鲜果销路。

助农直播短视频持续扩散传

播后,山区百香果种植户陆续求助供销社帮忙销售。为进一步拓宽销售渠道,从江县供销社联合从江县网商会、新联会、贵州吉高博电子商务有限公司等单位,组织供销社职工、当地自媒体达人、新媒体主播驻场开展专场代销直播,多轮专场直播累计成交订单2000余单,实现销售额20余万元。依托共享仓“一站式”配套,直播间订单实时同步仓库,线上下单、就地分拣、即时打包直发,大幅压缩多层流通环节,既保障百香果新鲜直达各地消

费者,有效降低运营成本,又增加了农户销售收入,实现助农增收与惠民便民双向共赢。

下一步,从江县供销社将继续发挥农产品流通主渠道作用,常态化运营农产品共享仓,持续升级共享仓仓储、直播、物流配套服务,做强供销社直播助农特色品牌,搭建农户直达市场的“一站式”产销对接平台,持续做大做强百香果、香禾糯等本土特色种养产业,以供销流通服务赋能乡村全面振兴,带动山区群众稳定增收致富。

□本报记者 李艳

当前,川东北区晚熟柑橘正处于膨大提质、塑形增甜的关键生长窗口期,持续高温晴热天气,给果园田间管护、果品品质提升等工作带来严峻挑战。为抢抓农时窗口,抓实夏季果园管护工作,四川省农产品经营集团落户南充市南部县的柑橘种植企业——四川合意沅农业发展有限公司(以下简称“合意沅公司”)迅速动员部署,组织一线工作人员扎根6000亩晚熟柑橘产业基地,战高温、斗酷暑,抓管护、促丰收,以实干践行供销社有企业的责任使命。

紧随时令农时 精耕细作守护果品长势

农时不等人,管护促丰产。夏季是柑橘生长发育、品质形成的关键时期,直接关系到全年果品产量与果实品相。合意沅公司严格对照年度产业发展规划以及农事作业规范,有序推进夏季各项精细化管护工作。

在各基地田间地头,工作人员抢抓农时,规范开展疏果整形、科学配方施肥、绿色病虫害防控、除草清园等标准化农事作业,精准疏除病弱果、畸形果,科学调节果树养分供给,持续改善果园通风透光条件。同时,合意沅公司坚持谋在前、干在先,统筹做好秋季果实套袋前期筹备工作,抓实物资储备,优化作业流程、统筹调配人力,为后续果品提质增效夯实基础,从源头保障果园稳产、优产、丰产。

强化统筹引领 层层压实产业发展责任

使命扛在肩,实干见担当。作为供销社下属社有企业,合意沅公司紧紧围绕果品提质、产业增效、基地稳产的工作目标,以严实的工作作风抓田间生产管理。基地管理人员结合高温天气实际,动态优化生产实施方案,统筹把控农事推进节奏,常态化下沉生产一线,开展巡回督导、现场技术指导、隐患排查整改,全过程盯紧作业质量成效。

各园区管护班组成员在岗履职、分工协作,严格执行柑橘种植管护技术规程,高标准、高质量落实各项农事举措。自上而下层层压实生产责任,细化工作分工,闭环推进任务,构建一级抓一级、层层抓落实的工作格局,保障夏季果园管护工作规范、有序、高效开展。

科学统筹施策 统筹抓好安全生产与生产经营

面对持续高温酷暑天气,合意沅公司坚持以人为本、安全第一、兼顾生产,科学优化田间作业组织方式,切实降低高温作业安全风险。全面落实错峰作业制度,合理调整一线人员作业时段,避开正午高温时段开展户外作业,既保障从业人员身体健康安全,又做到管护进度不滞后、作业标准不降低、生产力度不减弱。

烈日之下,一线管护人员坚守岗位、勤勉履职,扎实做好水肥管理、全域病虫害防治、果园养护等重点工作的有效防范果实日灼、落果及病虫害暴发等问题,不断提升果园标准化、精细化管护水平。与此同时,合意沅公司做实做细高温防暑保障,配齐饮用水、防暑药品等应急物资,常态化开展高温作业安全警示教育 and 风险提示,规范田间作业流程,切实维护一线作业人员身心健康。

践行社企使命 助力柑橘产业提质增效

酷暑砺初心,实干显担当。盛夏时节,合意沅公司全体干部职工直面高温考验,坚守田间生产一线,以汗水浇灌产业成果。

下一步,合意沅公司将持续扛起供销社社有企业的社会责任,紧盯农事关键节点,严守安全生产底线,做实果园全周期精细化管理工作,扎实推进秋季果实套袋等重点任务落地见效,持续推进标准化种植建设,着力提升果品品质,夯实产业运营基础。通过务实举措稳产量、提品质、增效益,全力保障晚熟柑橘优质丰产,为川果产业提质增效贡献供销力量。

战高温护橘园 精管护保丰产
四川合意沅农业发展有限公司全力筑牢晚熟柑橘稳产增收防线

他山之石

入伏以来,全国多地持续高温。在贵州省黔西市,中国供销·星悦茂地下商业街因凉爽环境成为不少居民避暑休闲的好去处。“原本担心地下会有些压抑,没想到这里宽敞明亮、品牌多,真不错。”当地居民张建国说。

从避暑纳凉到休闲消费,地下商业空间正发生新变化。所谓地下商业,即在土地资源稀缺、人员密集的都市中,通过立体化商业应用,为消费者提供便利、舒适、休闲场景的重要载体,主要包括作为地标专门打造的地下商业、由人防工程改造而来的地下商业等形式。

“十五五”规划纲要明确提出,“高效利用城市地下空间”。各地因地制宜推进地下空间合理开发利用,进一步提高土地要素配置精准性和利用效率。今年初,自然资源部公布《地下空间开发利用典型案例》,涵盖17个省份22个典型案例,湖北孝感星悦茂地下商业街入选。

依托供销合作社系统连接城乡、双向流通的枢纽优势,中国供销

从“避暑凉”到“消费热”
地下商业街 打卡新去处

集团所属北京新合作商业发展有限公司根据地方禀赋,整合商业资源,积极建设“平急两用”的星悦茂地下商业街,塑造“垂直城市”生态,跑出了“人防商业”特色路径。目前,全国共有星悦茂地下商业街23个,有效补齐县城商业短板,丰富县城居民消费场景。

“星悦茂的实践表明,‘纳凉’休闲只是客流入口,地下商业街要真正留住消费者,离不开在场景、业态、内容和服务上持续升级。”北京新合作商业发展有限公司负责人谭铁华说。

——场景上新,激发消费热情。

在黔西星悦茂,茶马古道、百里杜鹃等地域文化元素被融入空间设计,“潮马驿站”“花漾黔行”等场景错落分布,引得人们纷纷驻足拍照。《扩大消费“十五五”规划》提

出,“支持重点商圈商业街等消费载体向沉浸式、互动式多元消费场景升级”。越来越多的商业空间跳出“卖场”逻辑,向“场景”要增量。

在新疆伊宁市星悦茂,赛里木湖元素被融入空间设计,流线型灯带如湖水般铺展,民族特色手工艺品与文创潮品相邻;在四川攀枝花市星悦茂,三线建设的历史记忆被转化为空间表达,老照片墙、工业元素装置让消费者在逛街中感受城市文脉。当商业空间不再只是完成商品交易,而是融入城市文化、生活方式和休闲体验,地下空间的价值也随之变化。

——业态焕新,从“有地方买”到“家门口就能买”。

在贵州省遵义市星悦茂,1.7公里长的地下商业长廊里,289家商户中首次进入遵义的品牌超过130

个。在伊宁星悦茂,当地240家品牌中,首次进入的品牌达57家,精品咖啡、潮流买手、体验式娱乐等新兴业态进入这座西北小城。

品牌和业态的变化,改变的不只是“买什么”,也改变消费者“去哪儿买”。过去,县域消费者购买新潮商品往往要前往更大城市;如今,新品牌、新业态开始进入本地商业空间,消费半径在缩短。

——内容更新,变“逛一圈”为“愿意多待一会儿”。

夜幕降临,遵义星悦茂下沉广场,“星火LIVE秀·听见遵义”音乐会如期开唱,当晚周边商户营业额同比增长近三成。在湖北谷城县星悦茂,湖北越调“微剧场”被搬进地下商城,音乐会、脱口秀、主题市集等为消费者在商业空间停留增加更多选择。在黔西星悦茂,街区设置免费



湖北谷城县星悦茂商业街与当地供销合作社联手打造的农特产品展销中心商品琳琅满目
程妍妍摄,AI修饰生成素描插画

的学生作业辅导区,由志愿者老师提供课后辅导,不少商户和周边居

民把孩子送到这里写作业、看书,解决了家长的后顾之忧。部分星悦茂街区还为环卫工人、网约车司机、外卖骑手等设置暖心驿站,配备饮水机、微波炉、急救箱等设施。这些公益服务看似与商业无关,却增强了消费者对商业空间的情感认同和停留意愿。

“当前,全国地下商业整体处于从传统‘通道型商业’向‘场景化、体验式、社区化消费空间’转型的关键阶段,呈现‘机遇与挑战并存、分化加剧’的特征。”谭铁华表示,顺应消费升级趋势,星悦茂将继续统筹推进好人防工程与城市商业、市政管网改造,实现空间条件、城市文化、商业形态和消费内容有机结合,推动地下空间从“容纳商业”转向“创造场景”。同时,以商业运营收益反哺人防工程维护,让应急工程在平时转化为服务居民生活、拉动县域消费的公共空间。

齐志明 张函嫣